

L'aménagement de ces espaces de pause-café mixe les codes en vigueur dans l'univers de l'open-space et ceux présents dans les coffee shops.



© We work

# Le coffee shop jusque dans vos bureaux

**Montée en gamme** Influencé par les nouveaux modes de consommation grand public, le tertiaire cherche à redonner du sens à la pause-café en améliorant la qualité de l'offre de boissons et en pensant différemment l'aménagement de cet espace. L'objectif est double : séduire ses salariés tout en leur en proposant de nouvelles zones de travail.

Certains rituels d'entreprises semblent immuables : saluer ses collègues, déjeuner en salle de pause ou encore partager une pause-café. Largement plébiscitée, cette dernière rythme les journées de travail : elle est à la fois un moment de détente et un temps où s'engage des

conversations professionnelles informelles entre collègues, supérieurs ou clients de passage. La majorité des managers le sait : la pause-café quotidienne est un moment essentiel pour créer l'adhésion au projet de l'entreprise, décroiser les services ou encore souder une équipe.

D'ailleurs, selon une étude Ifop commanditée par Nespresso en janvier 2014, 56 % des salariés déclaraient y parler en priorité de la vie de l'entreprise et 42 % affirmaient évoquer principalement d'autres personnes de la structure.

Depuis près de 5 ans, cette

pause-café est en pleine évolution sous l'influence de deux phénomènes : une montée en gamme et une diversification de l'offre de boissons chaudes (principalement autour du café) et la modification du rôle joué par les espaces de pause. Ces derniers se réinventent pour devenir de

# 56 %

des salariés déclarent parler en priorité de la vie de l'entreprise durant leur pause-café.



## CAFÉ LONG ET EXPRESSO

Ils représentent 60 % des boissons chaudes consommées en entreprise.

vrais lieux de convivialité, bien loin de l'image parfois austère renvoyée par l'appareil de distribution automatique entouré de quelques mange-debout.

« *L'espace café n'est plus caché, il n'est plus un espace que l'on traverse mais un lieu où l'on peut s'attarder* », avance Marc Gusils, fondateur de Big Bang Coffee, torréfacteur et distributeur de solutions pour les entreprises. Aménageurs d'espaces, acteurs de la restauration collective ou encore torréfacteurs le constatent chaque jour, les entreprises cherchent à aménager l'espace café-cafeteria pour qu'il devienne un lieu de détente et un second lieu de vie et de travail, mêlant pause, travail individuel ou encore réunion d'équipes. « *Le temps du café social est révolu, les entreprises doivent désormais proposer un café théâtralisé pour leurs salariés* », résume Dominique Thuillier, chargé du développement commercial du groupe Cafés Richard. Un propos argumenté par Sarah Jafarshad Rajaei, directrice de l'agence Bleu Vert Concepts: « *il y a encore quelques années, la pause-café avait lieu une fois le matin et surtout après le repas sur une plage horaire assez courte qui s'étendait de 12 h 30 à 14 heures. Aujourd'hui, les salariés souhaitent avoir accès à un lieu chaleureux et accessible*



**L'espace café devient un lieu de détente et un second lieu de vie et de travail, mêlant pause, travail individuel ou réunion d'équipes.**

24h/24, qu'il soit en libre-service ou non ». Mais comment et sous quelle influence ce changement d'approche a pu s'opérer en seulement quelques années? Selon toute évidence, les principaux acteurs de cette évolution se trouvent sous nos yeux, dans les allées commerçantes des villes et ont pour noms Starbucks, Costa Coffee, Colombus Café & Co ou encore Alto Café... Autant de franchises spécialisées dans le café et les boissons personnalisées qui ont affûté le palais du consommateur, l'ont rendu plus attentif au marketing-produit (déjà bien développé depuis l'arrivée des capsules Nespresso à son domicile) mais surtout lui ont donné accès à une nouvelle expérience de consommation avec une zone libre-service (pour les gobelets et autres consommables) tout en lui permettant de consulter ses mails et de s'attabler pour travailler. Depuis peu, on peut ajouter à cela le succès rencontré par les coffee shops indépendants, ces nouvelles « Maisons du café » qui fleurissent à Paris et dans les villes de province et qui allient de nouveaux codes esthétiques et une offre de snacking « bien-être » et/ou gourmand. Le consommateur a désormais accès à une telle profusion d'offres dans la sphère publique que l'entreprise doit

nécessairement pouvoir rivaliser, en proposant une prestation de qualité dans un environnement confortable. « *La conséquence, c'est que les donneurs d'ordres exigent de leurs prestataires des produits plus qualitatifs, des machines plus haut-de-gamme et un environnement esthétique travaillé* », confirme Sarah Jafarshad Rajaei.

## **Intégrer les nouvelles formes d'organisation du travail**

Ce phénomène coïncide aussi avec la nécessité pour le tertiaire d'optimiser l'organisation de ces espaces, notamment celui dédié à la pause-café en lui attribuant de nouvelles fonctions. « *Cela part du constat assez rationnel que le travail en 100 % open-space ne fonctionne pas. Le salarié doit pouvoir travailler et se rencontrer dans des lieux différents. L'espace café répond à ce nouveau besoin d'espace multiusage où l'on peut se détendre, tenir une réunion informelle ou travailler depuis son ordinateur portable* », explique Cyril Dugué, directeur général associé du cabinet d'ingénierie et conseil Convergence. Ici, il s'agit bien d'optimiser les espaces cafés, de les rendre plus collaboratifs et propices au travail (notamment avec la mise à disposition d'outils digitaux) tout en y ➔



## MULTIPLIER LES USAGES

Le tertiaire cherche à redéfinir ces espaces de pause-café en intégrant les codes des coffee shops et en s'inspirant de l'atmosphère des espaces de coworking.

→ intégrant des espaces d'intimité. « Ces nouveaux aménagements sont importants car ils véhiculent une image de modernité et c'est une source de motivation et de productivité supplémentaire pour certains usagers. Cela permet aussi de séduire les nouvelles générations, habituées à la mobilité sur leur lieu de travail », confirme Cyril Dugué.

### Convivialité et café en libre-service

Pour composer un service à la hauteur de ces nouvelles exigences, différentes solutions

voient le jour. Ainsi, certaines entreprises choisissent d'étouffer leur offre de service en soignant leur gamme dite « traditionnelle » (en distribution automatique ou en vente assistée) et en intégrant des boissons gourmandes à base de café, du snacking, des smoothies ou encore une offre de jus frais. Pour se faire, les entreprises peuvent compter sur les initiatives de certains géants du café, à l'image de Starbucks qui ouvre (avec parcimonie) des corners en libre-service comme au siège de la Société Générale

à la Défense et propose même de la distribution automatique en partenariat avec Selecta (le parc compte parmi ses clients le Technocentre de Renault à Guyancourt).

D'autres vont plus loin dans cette démarche et cherchent à revoir l'aménagement des lieux en composant une zone dédiée à la pause-café s'inspirant bien souvent des tendances en vigueur dans l'univers de l'open space : mixité des zones entre espace détente et travail, codes esthétiques rappelant une atmosphère « comme à la maison »... Dans ce type de configuration, les aménageurs optent de plus en plus souvent une machine à café automatique avec broyeur intégré (fonctionnant par badge, jeton ou pièces) au détriment d'un service assisté ou d'un DA car elle associe libre-service, qualité constante et surtout l'aspect miniature de l'appareil. « On a une tendance nette à la suppression du vending (DA) au profit de l'OCS machine. D'ailleurs, la miniaturisation de ces machines permet de créer un lieu qui reprend les codes du bistrot et du percolateur mais sans la présence d'un agent de service »,

ajoute Marc Gusils, fondateur de la société Chacun son Café. C'est d'ailleurs ce type de solutions qui équipe la quinzaine de corners coffee mis en place sur les sites de la BNP Paribas par Cafés Richard, tout comme à l'espace cafétéria du site de l'Oréal à Clichy. La pause-café ainsi scénarisée peut alors se montrer et servir de vitrine à l'entreprise pour soigner son image auprès de ses salariés et de ses visiteurs. C'est en tout cas l'un des objectifs attendus par les aménageurs qui installent les espaces café dans les halls d'accueil. C'est également l'effet attendu lors de l'implantation d'un café Illy au rez-de-chaussée de la tour Majunga à la Défense. En effet, malgré le coût élevé d'une telle prestation, elle jouit d'une formidable popularité auprès des salariés et du grand public.

### Se différencier par le café

Phénomène encore mineur mais bien réel, certains acteurs cherchent aussi à se distinguer en proposant « un café qui raconte une histoire » : une gamme premium jouant sur des grands crus, de la saisonnalité ou encore une vision citoyenne du produit. C'est notamment la vision défendue par l'entreprise Big Bang Coffee qui a construit son offre autour de la notion d'écoresponsabilité en proposant un service de recyclage



« Qu'il soit intégré au sein d'un espace de restauration alternative ou dans un espace dédié, le coin café gagne en convivialité et permet désormais de travailler en mobilité. »





Quel que soit leur taille, différents acteurs se positionnent pour offrir un concept clé-en-main qui allie café de qualité, libre-service.



# 75 %

Des salariés boivent au moins un café durant leur journée de travail (Source Ifop pour Nespresso Business Solutions)

du marc de café et en intégrant des produits issus du commerce équitable. Une manière aussi de rappeler qu'ici comme ailleurs, chaque salarié mérite d'être récompensé à sa juste valeur. Certaines entreprises choisissent également de se différencier avec des méthodes d'extraction originales, comme le « batch brew », une technique qui associe un système filtre à une cafetière



**La miniaturisation des machines permet de créer un lieu qui reprend les codes du bistrot**

thermos. C'est en tout cas le pari de Coutume Café, un acteur issu du monde du CHR (café, hôtel, restaurant) qui vient de créer une filiale baptisée Mesure spécifiquement dédiée aux entreprises. Une démarche premium qui séduit peu à peu : « Le service à café filtre (batch brew et manuel) est en pleine croissance car il privilégie des goûts doux et complexes qui donnent une vision

claire du terroir et de ses notes de dégustation. C'est une solution accessible, facile à maîtriser, qui résonne avec un public large », résume le cofondateur Tom Clark. « Certaines entreprises vont même jusqu'à proposer un service avec un service barista, même si cela reste anecdotique au vu du coût », avance Marc Gusils. ✕  
**Céline Cadiou**



## Maison familiale depuis 1974



**ATELIER  
DE TORRÉFACTION**  
37 Avenue de la République  
92320 Châtillon

**BOUTIQUE &  
SALON DE DÉGUSTATION**  
32 rue Notre Dame de Nazareth  
75003 Paris

[www.cafecaron.com](http://www.cafecaron.com)

01 46 12 17 21 - [commercial@caronservice.com](mailto:commercial@caronservice.com)